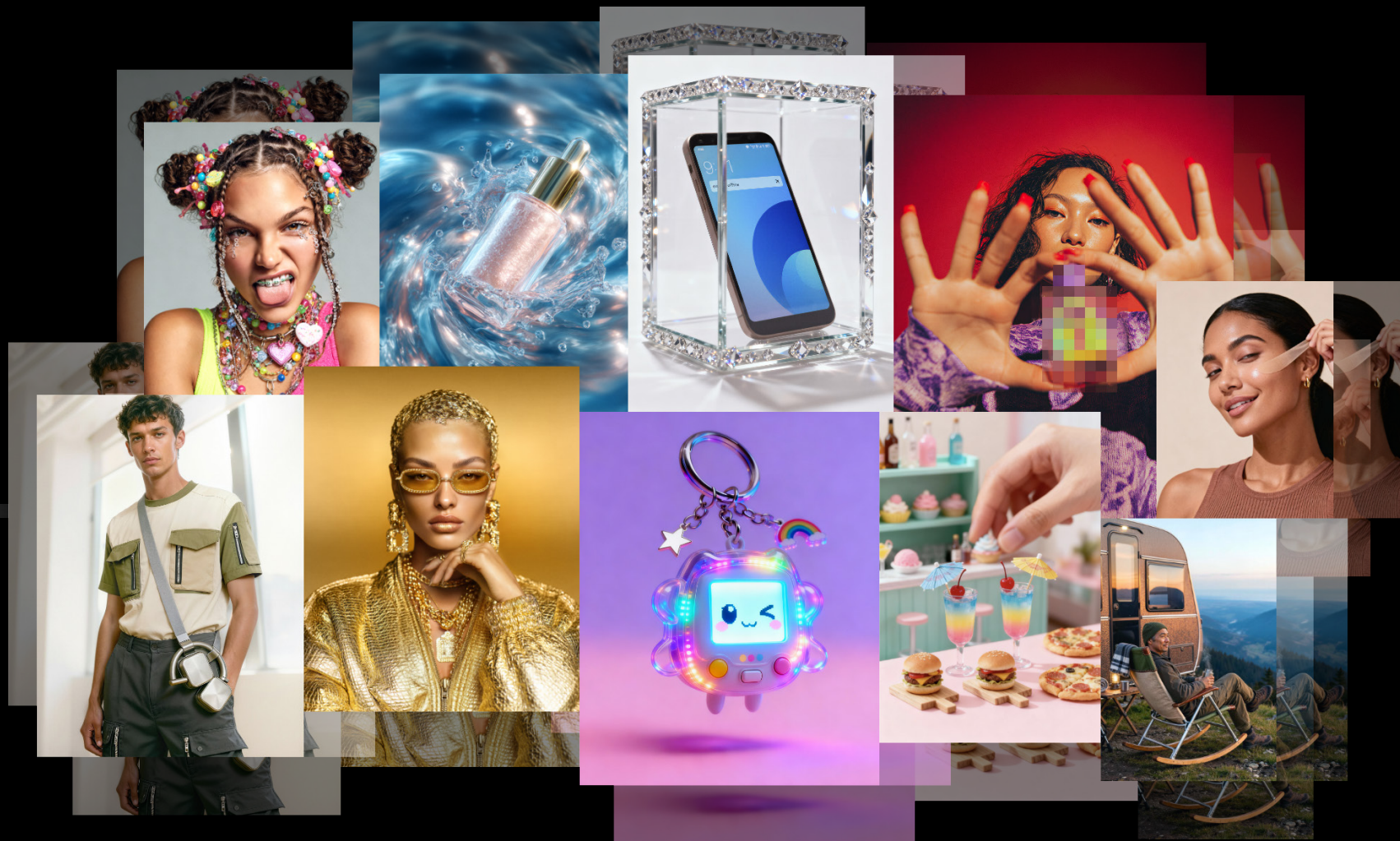




Principais tendências para 2026 e além

WGSN

Introdução

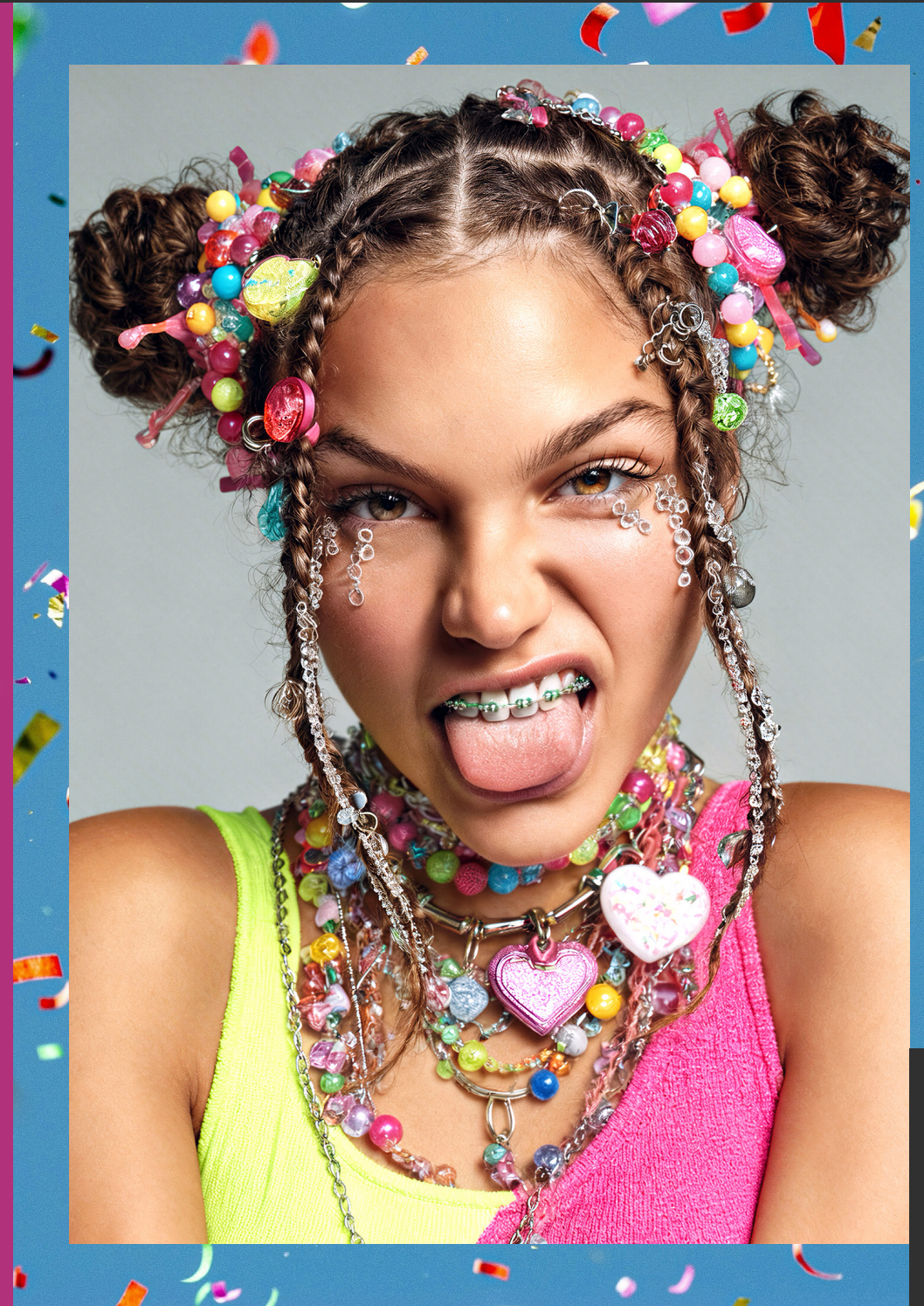
Do sêrum feito de esperma de salmão às miniaturas e à tecnologia kawaii, estas são as tendências do futuro. Os clientes da WGSN viram tudo isso aqui primeiro.

Na WGSN, prevemos as tendências que irão moldar o amanhã com dois anos de antecedência. As tendências deste relatório devem definir 2026, mas nossos clientes vêm se preparando para elas desde 2024. Do Fim da seriedade ao Culto à fofura, revelamos as mudanças divertidas que irão transformar as áreas de beleza, moda, tecnologia, alimentos e bebidas, interiores e muito mais.

Fim da seriedade

Tudo que é sério está fora de moda; tudo que é divertido está em alta.

Em um mundo marcado por estresse excessivo e tensão constante, os consumidores buscam ferramentas potentes de liberação emocional e momentos de autocuidado. Essa tendência é a evolução das Microalegrias, avançando rumo ao subversivo, irreverente e ao riso espontâneo. Essa macrotendência atravessa todos os setores e molda todas as Principais tendências de 2026.





PDRN

De ícone da K-Beauty a ingrediente de destaque global.

Sim, ele é feito de esperma de salmão. E sim, ele vai bombar. Inicialmente usado por esteticistas coreanos, o PDRN (polidesoxirribonucleotídeo) está saindo das clínicas profissionais e dos sérums de K-beauty rumo ao mainstream global. Com grande potencial de reparação e estimulação da produção de colágeno, ele emerge como o ativo regenerativo de 2026, entregando

resultados de nível clínico em formatos caseiros, como máscaras de tratamento, cremes para os olhos e ampolas capilares.

E se a origem causa desconforto? Alternativas veganas de PDRN também estão ganhando tração, sendo produzidas a partir de plantas e micróbios para atender à crescente demanda por inovação hipoalergênica e livre de crueldade.

Beleza de baixo risco e alto retorno

Os medicamentos GLP-1 podem estar dominando o debate sobre saúde e beleza, mas uma nova contratendência de beleza está emergindo.

Projetada para o consumidor focado em bem-estar e hesitante em relação a fármacos, esta tendência entrega tonificação e perda de peso – e sem necessidade de receita. De cremes de drenagem linfática e sérums “anti-inchaço” a wraps faciais e ferramentas de drenagem, esta tendência sinaliza a ascensão de produtos de beleza que afirmam oferecer os benefícios dos produtos injetáveis sem efeitos colaterais. Cuidados corporais que firmam e skincare que esculpe, potencializados por ativos, adaptógenos e ferramentas.

Com a flacidez da pele em destaque, os consumidores buscarão cada vez mais alternativas que protejam e apoiem a pele durante mudanças de peso ou os ajudem a alcançar a estética desejada sem medicação. Essa tendência oferece um caminho mais holístico, pautado pelo autocuidado.





Privilégio digital

Desconectar é o novo símbolo de luxo.

Poder se desconectar sem sacrificar sua carreira ou posição social será visto como um símbolo de status. Com quase metade dos jovens adultos afirmando que a vida online prejudica seu bem-estar, as marcas podem projetar experiências de detox digital, espaços que celebram o tédio e santuários offline que despertam a criatividade e a presença.

Sair de férias sem compartilhar um único reel no Instagram? Agora você é o suprasumo do cool.

Curadoria para poucos

A exclusividade está de volta.

Compartilhar suas recomendações de produtos ficou no passado. À medida que as tendências virais se esgotam mais rápido do que nunca, os consumidores protegerão os produtos e espaços que os definem. Por que compartilhar seu café favorito e correr o risco dele perder a identidade?

A exclusividade é a nova moeda social, com marcas fomentando comunidades fechadas através de reels bloqueados, canais de transmissão e grupos exclusivos para convidados. Proteger o capital cultural será tão importante quanto criá-lo. Em 2026, se alguém perguntar qual corretivo você usa, talvez você simplesmente não conte.



Design protetor

Proteger nossos objetos de valor é uma prioridade crescente.

Recursos antifurto estão aparecendo nas listas de desejos para acessórios e vestuário. Elementos protetivos incorporados ao design são um novo sinal de valor, com esta tendência indo além da mala de viagem para acessórios e roupas do dia a dia.

Pense em alças com botões em casacos e jaquetas que protegem sua bolsa, bolsos internos invisíveis ou anti-corte com zíperes de trava, e belos mosquetões de marca para prender sua bolsa a cadeiras e mesas – tudo para fornecer proteção e aumentar nossa confiança em nossos trajetos urbanos.



Apostando no ouro

Uma nova era de ouro.

O ouro está tendo sua maior alta como um metal de destaque do ponto de vista de preço de mercado. Em tempos de incerteza, ele oferece estabilidade e status. O ouro está ascendendo à medida que a opulência emerge da crescente influência dos looks dos anos 80 e do styling vintage.

Espere joias de ouro ousadas adicionando um glamour dinâmico aos looks mais casuais. Adicionar camadas com um toque de lamé através de lenços, bolsas e calçados atualizará múltiplos itens.





Culto à fofura

O kawaii está em alta para 2026.

O culto à fofura é contagiante. Sua influência lúdica e divertida há muito permeia a região Ásia-Pacífico (APAC), e está se espalhando para o Ocidente, trazendo consigo um apelo inovador para o storytelling de marca no varejo e nas experiências de produto. O poder da fofura também se infiltrou em uma nova onda de produtos e experiências de tecnologia de consumo que transmitem calor, conforto e conexões emocionais.

A “tecnologia fofa” evoluirá além da estética ou funcionalidade para se tornar uma poderosa estratégia de engajamento. A partir dela, será possível criar experiências tecnológicas que priorizam o bem-estar emocional e despertam alegria e imaginação, fomentando, em última análise, a felicidade.

Coisas pequeninas, alegria máxima

Tudo em miniatura!

Você se lembra do prazer de encher uma casa de bonecas com móveis em escala reduzida, ou da emoção de colecionar a action figure perfeita que cabe na palma da sua mão?

Um misto de alegria e funcionalidade, as miniaturas estão em alta, com indulgências em tamanho “pocket” e de custo acessível que encantam clientes de todas as idades, de fidget toys que estimulam os sentidos a colecionáveis decorativos que embelezam qualquer prateleira.

Explore personagens em alta e fandoms de nicho para abrir caminho para “necessidades desnecessárias” que funcionam como presentes o ano todo. De caixas misteriosas que entregam entusiasmo através do unboxing de um brinquedo surpresa a projetos de artesanato “faça você mesmo” que fomentam a autoexpressão, ou recorrendo à nostalgia para transportar os “kidults” de volta às suas infâncias (reais ou imaginadas), essas pequenas maravilhas são pequenas no tamanho, mas enormes em termos de ROJ (retorno sobre a alegria).





Luxo rústico

Prepare-se para o escapismo sofisticado.

A tendência do Luxo rústico é uma resposta à fadiga do consumidor, alinhando-se ao nosso propulsor Construindo mundos ao exigir produtos multissensoriais que promovem o descanso e a alegria. Esta tendência infunde o equipamento outdoor com durabilidade de alta performance e design sofisticado, permitindo que as pessoas aproveitem a natureza sem sacrificar o conforto – perfeito para a ascensão do glamping e do escapismo sofisticado.

Para capitalizar, as marcas devem democratizar o luxo através de design acessível e faixas de preço distintas, colocando a estética premium ao alcance de um público mais amplo. Integrar o hedonismo tátil e materiais de origem sustentável é essencial, permitindo que os clientes recarreguem as energias, pensem menos e sintam mais. Este foco na alegria, no conforto e no autocuidado é vital para atender à crescente demanda por microalegrias no universo outdoor.

Sobre a WGSN

A WGSN é a autoridade global em previsão de tendências de consumo, parceira de confiança das marcas líderes mundiais*.

*Interbrand Best Brands 2025

Nossa visão de futuro permite que as empresas tomem ações imediatas, permitindo-lhes criar os melhores produtos e serviços para o amanhã. Nossos clientes obtêm acesso antecipado e exclusivo às tendências, mudanças de consumo e inovações de produto que moldarão o futuro, anos antes de chegarem ao mainstream.

Nossa expertise abrange todos os produtos e serviços que tocam a vida diária das pessoas, desde as roupas que vestem até o skincare que usam, a comida que comem, os esportes que praticam, a tecnologia com que interagem e os produtos para casa com os quais se cercam.

Onde quer que seu consumidor esteja, nós estamos lá, três passos à frente.

Entre em contato agora para preparar seu negócio para o futuro.